INDICE

1. INTRODUZIONE	
1.1. La webpolitica e il caso italiano.....	p. 9
1.2. Struttura e obiettivi del volume.....	» 17
2. COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E NUOVI MEDIA: UN'ANALISI COMPARATIVA DEI SITI WEB DELLE REGIONI ITALIANE	
2.1. Introduzione.....	» 21
2.2. Principali scelte metodologiche	» 24
2.3. Le politiche del governo elettronico in Italia.....	» 27
2.4. Lo sviluppo della società dell'informazione nei diversi contesti regionali. Il divario digitale nelle regioni italiane .	» 33
2.5. I finanziamenti nazionali agli enti locali per l' <i>e-government</i>	» 35
2.6. Una valutazione diacronica dei siti web delle regioni.....	» 38
2.7. L'analisi dei siti web delle regioni italiane	» 41
2.8. Conclusioni.....	» 47
3. CAMPAGNE ELETTORALI POSTMODERNE? ALCUNI ELEMENTI DI RIFLESSIONE A PARTIRE DA UN'ANALISI DELLE ELEZIONI REGIONALI 2010 IN LAZIO	
3.1. Introduzione.....	» 53
3.2. Le tendenze evolutive delle campagne elettorali: un inquadramento generale.....	» 54
3.3. Campagne elettorali e caso italiano	» 58
3.4. Le elezioni regionali come elezioni di second'ordine?	» 63
3.5. Le elezioni regionali del 2010 online.....	» 66
3.6. Le elezioni regionali online 2010 in Lazio: uno studio di caso.....	» 69
3.6.1. La campagna delle candidate sul web.....	» 72
3.6.2. I siti web delle due candidate.....	» 74

3.6.3. Facebook nella campagna delle due candidate	»	81
3.6.4. Il bilancio della campagna.....	»	83
3.7. Conclusioni.....	»	87
4. IL POTENZIALE DEMOCRATICO DI INTERNET PER I MOVIMENTI SOCIALI		
4.1. Introduzione.....	»	89
4.2. L'uso politico di internet da parte dei partecipanti alle manifestazioni del movimento.....	»	94
4.3. L'uso politico di internet in base alle esperienze partecipative e organizzative degli individui	»	102
4.4. L'uso politico di internet da parte di organizzazioni e famiglie del movimento antiliberista.....	»	107
4.5. Conclusioni.....	»	117
5. OSSERVAZIONI CONCLUSIVE	»	123
Bibliografia	»	129